

#### TÍTULO DEL ESTUDIO:

Estudio de percepción de la Marca Madrid.

#### ÓRGANO PROMOTOR:

Oficina de Partenariado y Marca Madrid.

#### OBJETIVO DEL ESTUDIO:

Conocer la percepción de Madrid por parte de una selección de entrevistas y encuestas en los ámbitos nacional e internacional. El Gobierno de la ciudad de Madrid impulsa la construcción de un relato de ciudad, sólido y diferenciado, que proyecte la marca Madrid en el exterior y refuerce su posicionamiento entre las grandes ciudades globales, con el fin de aumentar su competitividad, atraer turismo e inversiones, generar riqueza y empleo, y fomentar el orgullo de pertenencia.

A tal efecto, se ha elaborado un estudio con la intención de:

1. Identificación motivada del atributo diferencial de la Ciudad de Madrid a partir del cual se desarrolle la estrategia de marca ciudad.
2. Análisis, revisión y reelaboración de una estrategia de marca singularizada y diferenciada.

#### UNIVERSO:

Ámbito nacional e internacional

1. 27 Entrevistas a altos cargos del Ayuntamiento de Madrid y del sector privado.
2. 1.336 Encuestas.

#### TAMAÑO MUESTRAL:

- Entrevistas 27
- 4 grupos de trabajo con personas de 72 nacionalidades
- Encuestas:  
1336 encuestas completadas  
2130 encuestas comenzadas

#### PROCEDIMIENTO DEL MUESTREO:

58% Españoles, 42% extranjeros, 55% mujeres, 45% Hombres

Un 4% de encuestados no conocía Madrid.

Edades: 18-35: 46%, 36-54: 33%, 55-65: 12%, + de 65: 7%

#### MÉTODO DE RECOGIDA:

Cuestionarios en papel en idiomas español e inglés.

#### PERÍODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN:

Junio-Julio 2020